

Отже, розглянувши основні поняття щодо визначення сутності дебіторської заборгованості, можна дати загальне визначення, що дебіторська заборгованість – це певна сума заборгованості на користь підприємства на певну дату, що виникла у результаті реалізації кредитної політики підприємства.

Використана література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» Затверджено Наказ Міністерства фінансів України 08.10.99 № 237 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99>.
2. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник (4-те вид. випр. та доп.) – К.: Т-во "Знання", КОО; Львів; Вид-во Львів. банківського ін-ту НБУ, 2002. – 566 с.
3. Боді Зві. Фінанси: Пер. С англ.: навч. посіб./ Зві Боді, Роберт Мертон – М.: Видавн. Дім "Вільямс", 2000. – 592 с.

УДК 657

Леся Марущак, к.е.н., доцент, Юлія Січка, ст. гр. БФм–51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОБЛІК ТА АУДИТ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ: ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Lesia Maruschak, Yuliia Sichkar

ACCOUNTING AND AUDIT OF SALES PROCESS: THEORY, PRACTICE AND PROSPECTS FOR FUTURE DEVELOPMENT

Процес реалізації готової продукції є важливим заключним етапом у виробничій діяльності підприємства.

Реалізація – це продаж вироблених чи перепродаж товарів і послуг з одержанням грошового доходу. У процесі реалізації виникають розрахункові взаємовідносини підприємства з покупцями продукції. Процес продажу завершує кругообіг засобів і створює передумови для нового кругообігу.

Основним завданням обліку процесу реалізації є:

1. Забезпечення інформації про обсяг реалізованої продукції за її видами.
2. Виявлення фінансових результатів щодо підприємства в цілому та окремих видів продукції.
3. Забезпечення контролю за формування повної собівартості продукції.
4. Забезпечення контролю за рівнем реалізаційних цін.

Розрахунковими документами є: договір; рахунок фактура; платіжна вимога.

Важливим фактором, що впливає на процес реалізацію продукції є збутова політика підприємства. Це комплекс заходів, спрямованих на організацію дієвої та результативної збутової мережі з метою підвищення ефективності продажу продукції.

Процес збуту починається з моменту оприбуткування готової продукції, а завершується отриманням коштів від покупців. Тому в полі збору бухгалтерії продукція знаходиться протягом усього періоду, поки вона не буде оплачена, хоча право власності на неї переходить від виробника до покупця після дати відвантаження.

В бухгалтерському обліку готова продукція повинна оцінюватися відповідно до П(С)БО 9 “Запаси” за первісною вартістю. Але, оскільки вартість продукції може бути визначена лише після збирання всіх витрат та калькулювання її фактичної собівартості, постає потреба в щоденному обліку наявності та руху готової продукції для визначення

її вартісних характеристик. При визначенні первісної вартості продукції (робіт, послуг) також керуються П(С)БО 16 “Витрати”.

Згідно з П(С)БО 9 “Запаси” оцінку запасів (матеріалів, МПШ, незавершеного виробництва, напівфабрикатів, готової продукції, товарів тощо) за їх окремими видами слід розглянути на наступних етапах їх руху: при надходженні запасів; при вибутті запасів; на дату складання звітності.

Збутова політика фірми має органічно поєднуватись з іншими елементами комплексу маркетингу: характеристиками товару, його позиціонуванням на ринку, ціновими стратегіями, методами просування товару. Витрати на збут становлять часом до 50 % роздрібної ціни товарів, тому питання розподілу своєї продукції виробники мають опрацьовувати дуже ретельно.

Із метою зниження цін на товари підприємства скорочують канали збуту, реалізують свою продукцію у фірмових магазинах підприємства.

Таким чином, збутова політика направлена на підвищення результативності у сфері продажу продукції. Основною метою її є оперативна реалізація товарів, аби уникнути їх старіння та списання.

УДК 336. 145.2

Олена Панухник, д.е.н., доцент

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МУНІЦИПАЛЬНИХ УТВОРЕНЬ УКРАЇНИ

Olena Panukhnyk

FEATURES OF MUNICIPALITIES FINANCIAL SUPPORT IN UKRAINE

Регіональний та місцевий рівні мають свої, визначені законодавчим полем, економічною та соціальною доцільністю, національними, історичними та етнічними особливостями інтереси, що реалізуються через виконання нормативно закріплених функцій і повноважень. Інтереси окремих населених пунктів іноді суперечать регіональним чи загальнонаціональним цілям соціально-економічного розвитку. Тому одним з основних завдань місцевих органів державної виконавчої влади є забезпечення спрямованості соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальних одиниць низового рівня в рамках стратегії розвитку регіональної соціально-економічної системи, яка, в свою чергу є невід’ємним компонентом загальнонаціональної стратегії розвитку країни. Соціально-економічні цілі держави, регіональної соціально-економічної системи і населених пунктів є взаємозалежними. На практиці слід знайти точку дотику та задовольнити їх взаємні інтереси.

Особливої уваги заслуговує питання фінансового забезпечення реалізації делегованих повноважень органами місцевого самоврядування. Це актуалізує проблеми: удосконалення нормативного забезпечення зміцнення фінансової бази місцевого самоврядування, трансформації бюджетного процесу, удосконалення міжбюджетних відносин, які сприятимуть становленню повноцінної фінансової бази місцевих органів самоврядування як необхідної умови для підвищення рівня та якості виконання делегованих повноважень органами виконавчої влади.

Практика державного управління в Україні і в країнах Євросоюзу показує, що контроль за реалізацією делегованих повноважень має виявити якість, результат наданої державної послуги, допущені відхилення від вимог Конституції країни та